

rezensionen:kommunikation:medie

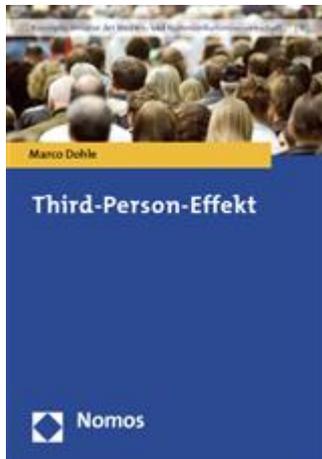
n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Marco Dohle: Third-Person-Effekt

Redaktion · Montag den 5. Mai 2014

Rezensiert von Matthias Hofer



“Menschen halten andere Menschen für stärker medial beeinflussbar als sich selbst” (11). Das ist die zentrale Annahme des sogenannten Third-Person-Effekts (TPE). Der Effekt – oder vielleicht besser: das Wahrnehmungsphänomen und dessen Folgen – wurde zum ersten Mal 1983 von W. Phillips Davison aufgrund anekdotischer Evidenz als solcher bezeichnet und seither in zahlreichen empirischen Studien “zu höchst unterschiedlichen Themen, Medien und Medieninhalten” (20) nachgewiesen. Der TPE gehört zu den am besten belegten Theorieansätzen der Kommunikationswissenschaft und damit zweifellos zu deren Kernkonzepten. Mit dem achten Band der Reihe *Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft* legt Dohle einen aktuellen und fundierten Überblick zu Theorie und Empirie dieses Ansatzes vor, der sowohl Studierenden als auch Wissenschaftlern als wertvolle Grundlagenlektüre dienen sollte.

Im ersten Kapitel schildert Dohle die grundlegenden Annahmen und Begriffe des TPEs. So besteht die erste Grundannahme des TPEs in einer Wahrnehmungsdifferenz zwischen der ersten und der sogenannten dritten Person, ‘den Anderen’. Die zweite Prämisse ist, dass diese Wahrnehmungsdifferenzen (oder vermutete Wirkungen auf andere) zu bestimmten Verhaltensweisen, wie zum Beispiel der Forderung nach Zensur bestimmter, für ‘die Anderen’ als schädlich erachteter Medieninhalte führen können. Man spricht hier von “Third-Person-Behavior” (18). Des Weiteren werden Moderatoren des TPE und theoretische Erklärungen für dessen Entstehen in anschaulicher Art und Weise besprochen.

Das zweite Kapitel widmet sich der Entwicklungsgeschichte des Ansatzes. Mit großer Sorgfalt und Detailliertheit geht Dohle im dritten Kapitel auf die Forschungslogik ein. Er diskutiert dabei nicht

nur Probleme des Designs und der Messung, sondern bespricht auch mögliche Auswertungsstrategien und deren Probleme. Dies dürfte angehenden Forschern ebenso dienlich sein wie besagte Diskussion methodischer Fragen. Bei der Besprechung empirischer Studien (Kapitel vier) zum TPE gelingt es dem Autor in einleuchtender Weise, einen Bogen zu den in Kapitel eins beschriebenen theoretischen Erklärungsansätzen zu schlagen. Ohne bevormundet zu werden, wird der Leser gewissermaßen auf die im fünften Kapitel besprochenen Kritikpunkte an Theorie und Empirie des TPE vorbereitet. Dohle setzt sich dort unter anderem mit einem (oder gar: *dem*) zentralen Moderator des TPE auseinander: der sozialen Distanz und damit auch mit dem Wesen 'der Anderen'. Dabei gelingt es ihm nicht nur, das Problem der Ambiguität des Konzeptes einleuchtend darzustellen, er präsentiert dem Leser auch gleich mögliche Lösungen.

Dohles Werk geht jedoch bei Weitem über einen bloßen Forschungsüberblick hinaus: So werden bereits im fünften Kapitel Verknüpfungen mit anderen theoretischen Ansätzen wie der [Theory of Planned Behavior](#) (Ajzen 1985) angedacht. Besonders aufschlussreich ist etwa die Verbindung zwischen TPE und dem Agenda Setting Ansatz. Schließlich werden in Kapitel sechs vertieft Überlegungen zu verwandten und konkurrierenden Ansätzen vorgestellt und kritisch diskutiert. Dabei demonstriert Dohle eindrücklich seine Expertise im Gebiet der TPE-Forschung, ohne sich jedoch in allzu abstrakten Sphären zu verlieren. Kritisch könnten man hier anmerken, dass es sich beim [Optimistic Bias](#) und auch bei Attributionstheorien weniger um alternative Ansätze als vielmehr um theoretische Erklärungen für den TPE handelt (vgl. Andsager/White 2007). Für Fragen der theoretischen Abgrenzung bzw. Verbindung eignen sich die Theorie der [Schweigespirale](#) und der [Hostile Media Effect](#) schon wesentlich besser.

Insgesamt legt Dohle einen interessanten und aufschlussreichen Band vor, dessen Lektüre sich zweifellos sowohl für die erste als auch die dritte Person lohnen und auf beide durchwegs wünschenswerte Wirkungen haben dürfte.

Literatur:

- Ajzen, I.: From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In: J. Kuhl; J. Beckmann (Hrsg.): *SSSP Springer Series in Social Psychology. Action Control*. Berlin [Springer] 1985, S. 11–39.
- Andsager, J. L.; White, H. A.: *Self versus others: Media, messages, and the third-person effect*. *LEA's communication series*. Mahwah, N.J [Lawrence Erlbaum Associates] 2007.
- Davison, W. P.: *The Third-Person Effect in Communication*. In: *Public Opinion Quarterly*, 47, 1983, 1–15.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Dr. Marco Dohle an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf](#)
- [Webpräsenz von Dr. des. Matthias Hofer an der Universität Zürich](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Montag den 5. Mai 2014 um 11:29
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\) Feed](#) verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.

